Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman ISSN. 2089-8142
DOI: doi.org/10.35878/islamicreview.v14.i2.2458 e-ISSN. 2654-4997
Volume 15 Nomor 2 October 2026

Determinan Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi pada Tabungan Emas Digital Syariah di Kalimantan Timur

Determinants of Millennial Generation Interest in Investing in Sharia Digital Gold Savings in East Kalimantan

Mutiara Zahra al Firdausy[1*], Nuzulia[2], & Rais Abdullah[3]
Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia
Email: [1]mzabae29@gmail.com, [2]nuzulia@feb.unmul.ac.id,
[3]rais.abdullah@feb.unmul.ac.id

Abstract
Sharia digital gold investment offers convenient access to investment opportunities, but prospective investors' interest may depend not only on product knowledge and technological ease but also on trust in service providers. This study examines the relationships of sharia investment knowledge, trust, and perceived ease of use with investment interest in sharia digital gold among millennials in East Kalimantan, Indonesia. Using a quantitative approach, the study collected questionnaire data from 200 respondents selected through purposive sampling. The data were analyzed using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in SmartPLS 3 with 5,000 bootstrap resamples. The results show that sharia investment knowledge ($\beta = 0.400$), trust ($\beta = 0.526$), and perceived ease of use ($\beta = 0.454$) are each positively and significantly associated with investment interest ($p < 0.001$). The model explains 70.5% of the variance in investment interest ($R^2 = 0.705$), with trust having the largest path coefficient. These findings highlight the relevance of trust in service providers alongside product knowledge and technological ease. However, the cross-sectional design and non-probability sampling limit generalizability and do not support causal conclusions.

Investasi emas digital syariah menawarkan akses investasi yang praktis, tetapi minat calon investor tidak hanya bergantung pada pemahaman produk dan kemudahan teknologi, melainkan juga pada kepercayaan terhadap penyedia layanan. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan pengetahuan investasi syariah, kepercayaan, dan persepsi kemudahan

History of Article:
Submitted: Sept 6, 2026; Accepted: Oct 19, 2026; Published: Oct 29, 2026
*Correspondening Auhtor: Mutiara Zahra al Firdausy
This work is licensed under https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/

penggunaan dengan minat berinvestasi emas digital syariah pada generasi milenial di Kalimantan Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data dari 200 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui SmartPLS 3 dengan 5.000 resampel bootstrap. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan investasi syariah (β = 0,400), kepercayaan (β = 0,526), dan persepsi kemudahan penggunaan (β = 0,454) masing-masing berhubungan positif dan signifikan dengan minat investasi (p < 0,001). Model menjelaskan 70,5% variasi minat investasi (R^2 = 0,705), dengan kepercayaan memiliki koefisien jalur terbesar. Temuan ini menunjukkan pentingnya kepercayaan terhadap penyedia layanan di samping pemahaman produk dan kemudahan teknologi. Namun, desain cross-sectional dan sampel nonprobabilitas membatasi generalisasi temuan dan tidak memungkinkan penarikan kesimpulan kausal.

Keywords: Investment Interest; Sharia Digital Gold; Sharia Investment Knowledge; Trust; Perceived Ease of Use

Pendahuluan

Ketidakpastian ekonomi mendorong masyarakat lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan, termasuk melalui tabungan dan investasi.[1] Emas telah lama dipandang sebagai aset *safe haven* ketika terjadi krisis keuangan, lonjakan inflasi, atau ketegangan geopolitik.[2] Survei Populix terhadap 2.373 responden pada 25–27 Januari 2026 menunjukkan bahwa 80% responden memilih emas sebagai aset paling dipercaya di tengah ketidakpastian ekonomi, jauh di atas uang tunai (7%), properti (6%), dan saham (3%).[3]

Digitalisasi memungkinkan pembelian, penyimpanan, dan penjualan emas tanpa memiliki emas fisik,[4] dengan nominal kecil dan akses kapan saja melalui aplikasi.[5] Layanan ini relevan bagi generasi milenial (lahir 1981–1996)[6] yang

[1] I. R. Ersyafdi, "Dampak COVID-19 terhadap Tabungan dan Investasi," *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 14, no. 2 (2021): 191–200.

[2] M. Z. Asikin, "Peran Emas sebagai Lindung Nilai terhadap Ketidakpastian Pasar Keuangan Global," *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah* 3, no. 3 (2024): 123–33, https://doi.org/10.57096/hawalah.v3i3.54.

[3] GoodStats, "Emas Jadi Aset Paling Terpercaya di Indonesia 2026," 2026, https://data.goodstats.id/statistic/emas-jadi-aset-paling-terpercaya-di-indonesia-2026-ruEKX.

[4] E. I. Syaripudin and A. H. Mawarni, "Mekanisme Jual Beli Emas Online Melalui Aplikasi (Pluang) Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)* 2, no. 1 (2023): 71–83, https://doi.org/10.37968/jhesy.v2i1.429.

[5] N. A. Cahyani, I. Lakoni, and E. Wediyanto, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Investasi Emas Masyarakat melalui Aplikasi BRImo di Kota Bengkulu," *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology* 4, no. 2 (2026): 640–46, https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9113.

memiliki penetrasi internet tertinggi di antara kelompok generasi, yaitu 90,34% pada 2026.[7] Di Kalimantan Timur, jumlah milenial pada 2025 mencapai 1.063.029 jiwa.[8] Dari sisi syariah, jual beli emas secara tidak tunai telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN-MUI/VI/2010 yang membolehkannya sepanjang emas tidak menjadi alat tukar resmi,[9] kajian terbaru menelaah emas digital dari sisi *maqashid* syariah, kepatuhan fatwa, dan kepemilikan,[10] dan regulator telah meluncurkan peta jalan ekosistem bulion 2026–2031.[11]

Persoalannya, kepercayaan terhadap emas sebagai aset tidak sama dengan minat berinvestasi melalui platform digital. Emas digital merupakan klaim atas emas yang disimpan penyedia layanan. Calon investor tidak dapat memeriksa sendiri keberadaan emas maupun kepatuhan akad, sehingga setidaknya tiga sumber ketidakpastian muncul: apakah produk dan akadnya dipahami (kognitif), apakah penyedia dapat dipercaya (relasional), dan apakah layanan mudah dioperasikan (teknologis). Ketiganya penting dikaji bersama karena masing-masing tidak tercakup penuh oleh satu teori. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan niat melalui keyakinan, norma, dan kontrol perilaku, tetapi tidak merinci isi keyakinan pada layanan keuangan digital berprinsip syariah. *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan penerimaan teknologi, tetapi memperlakukan kepercayaan kepada penyedia sebagai faktor tambahan, padahal

---

[6] Michael Dimock, "Where Millennials End and Generation Z Begins," Pew Research Center, January 17, 2019, https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/.

[7] GoodStats, "Bukan Gen Z, Tingkat Penetrasi Internet Milenial Tertinggi di Indonesia 2026," 2026, https://data.goodstats.id/statistic/bukan-gen-z-tingkat-penetrasi-internet-milenial-tertinggi-di-indonesia-2026-waKAy.

[8] Badan Pusat Statistik, "Jumlah Penduduk Menurut Provinsi, Generasi, dan Jenis Kelamin, 2025," 2026, https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjI5OSMx/jumlah-penduduk-menurut-provinsi-generasi-dan-jenis-kelamin-2025.html.

[9] Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Nomor 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang Jual-Beli Emas secara Tidak Tunai* (Jakarta: DSN-MUI, 2010).

[10] I. A'yun, "Investasi Emas Digital di Indonesia; Tinjauan Sistemik Maqashid Syariah," *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics* 4, no. 2 (2025): 203–20, https://doi.org/10.35878/jiose.v4i2.1828.; M. Sasmira, "Digital Gold dan Kepatuhan Syariah: Telaah Fatwa DSN-MUI, Regulasi, dan Praktik di Indonesia," *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2026): 203–14.; D. M. Salam and Baidhowi, "Revisiting Digital Gold Ownership from an Islamic Economics Perspective under Fatwa No. 166/DSN-MUI/II/2026," *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah* 9, no. 2 (2026): 324–39, https://doi.org/10.52166/adilla.v9i2.13061.

[11] Otoritas Jasa Keuangan, "OJK Luncurkan Roadmap Pengembangan dan Penguatan Kegiatan Usaha dan Ekosistem Bulion 2026–2031," 2026, https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-Luncurkan-Roadmap-Bulion-2026-2031.aspx.

pada transaksi daring kepercayaan terbukti sama pentingnya dengan anteseden TAM.[12]

Bukti empiris yang ada bersifat parsial dan belum seragam. Pengetahuan berpengaruh pada minat calon nasabah emas Pegadaian Syariah,[13] tetapi tidak signifikan pada pasar modal dan produk cicil emas BSI.[14] Kepercayaan ditemukan berpengaruh paling besar pada minat investasi emas melalui aplikasi BRImo[15] dan berpengaruh signifikan pada niat Gen Y dan Gen Z berinvestasi emas digital syariah.[16] Kemudahan penggunaan berpengaruh langsung terhadap minat emas digital di Semarang,[17] sedangkan pada pemuda Muslim Jabodetabek kemudahan memengaruhi persepsi manfaat tetapi tidak langsung memengaruhi sikap.[18] Faktor penentu minat emas digital juga telah dikaji dari sudut pandang lain.[19] Studi-studi tersebut umumnya menguji sebagian faktor pada objek yang berbeda, sehingga belum menjelaskan bagaimana pengetahuan syariah, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan bekerja bersama pada emas digital syariah, dan belum ada bukti yang secara khusus menggambarkan milenial Kalimantan Timur.

---

[12] David Gefen, Elena Karahanna, and Detmar W. Straub, "Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model," *MIS Quarterly* 27, no. 1 (2003): 51–90, https://doi.org/10.2307/30036519.

[13] Sari and S. A. Azzafira, "Analisis Pengaruh Pendapatan dan Pengetahuan terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas di Pegadaian Syariah," *Jurnal Investasi Islam* 6, no. 2 (2021): 95–117, https://doi.org/10.32505/jii.v6i2.3552.

[14] D. Setiawan and I. Mukhlis, "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Persepsi Risiko Investasi terhadap Minat Generasi Millenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal," *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan* 3, no. 12 (2023), https://doi.org/10.17977/um066.v3.i12.2023.3.; Afifah and F. Ardyansyah, "Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 2879–900, https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709.

[15] Cahyani, Lakoni, and Wediyanto, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Kepercayaan."

[16] A. A. Luthfi et al., "Drivers of Gen Y and Gen Z's Intention to Invest in Sharia-Compliant Digital Gold in Indonesia," *Journal of Islamic Marketing* (2026): 1–29, https://doi.org/10.1108/jima-05-2025-0278.

[17] R. D. A. Ariyanti, Muyassarah, and Mardhiyaturrositaningsih, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Investasi Emas Digital dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi pada Perbankan Syariah di Kota Semarang," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)* 6, no. 1 (2026): 200–211, https://doi.org/10.47709/jebma.v6i1.8108.

[18] A. A. Luthfi and S. R. H. Hati, "Determinants of Sharia Digital Gold Investment Intention among Jabodetabek Muslim Youth," *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)* 7, no. 1 (2025): 41–57, https://doi.org/10.20885/ajim.vol7.iss1.art3.

[19] F. Fathihani, F. A. K. Wijayanti, and A. R. Ramadhan, "Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Emas Digital," *Journal of Fundamental Management (JFM)* 3, no. 2 (2023): 180, https://doi.org/10.22441/jfm.v3i2.20723.

Kontribusi penelitian ini adalah menguji secara simultan ketiga sumber ketidakpastian tersebut dalam satu model, sehingga dapat dinilai faktor mana yang paling menjelaskan minat dan apakah pemahaman produk serta kemudahan teknologi cukup tanpa kepercayaan. Tujuannya adalah menganalisis pengaruh pengetahuan investasi syariah, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat generasi milenial berinvestasi emas digital syariah di Kalimantan Timur.

Penelitian ini berpijak pada TPB, yang menjelaskan niat berperilaku sebagai fungsi sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.[20] Minat berinvestasi diposisikan sebagai *behavioral intention*, sebagaimana pada kajian minat investasi berbasis TPB.[21] Integrasi TPB dan TAM memiliki preseden metodologis: Taylor dan Todd membandingkan TAM dengan TPB yang didekomposisi dan menunjukkan bahwa keyakinan dari kedua kerangka dapat dipetakan pada penentu niat penggunaan teknologi,[22] sementara Gefen dkk. mengintegrasikan kepercayaan kepada penyedia dengan TAM untuk menjelaskan niat dalam transaksi daring.[23] Mengikuti logika tersebut, model ini adalah TPB yang diperluas dengan tiga faktor eksternal, dan bukan pengujian utuh atas TPB maupun TAM karena sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku tidak diukur langsung.

Konsep persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dari TAM[24] sengaja tidak dimasukkan karena tiga alasan. Pertama, pada produk investasi manfaat terutama berupa ekspektasi imbal hasil dan risiko, yang sudah tercakup dalam indikator pengetahuan investasi (pengetahuan *return* dan risiko) dan dalam definisi minat. Kedua, responden dipilih berdasarkan pengetahuan tentang emas digital syariah dan belum tentu pernah menggunakannya, sehingga persepsi manfaat dari pengalaman penggunaan belum terbentuk. Ketiga, model dijaga ringkas agar fokus pada tiga sumber ketidakpastian yang telah diuraikan. Keputusan ini menjadi keterbatasan yang dibahas pada bagian akhir.

---

[20] Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.

[21] R. N. Salisa, "Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB)," *Jurnal Akuntansi Indonesia* 9, no. 2 (2020): 182–94.; Afifah and Ardyansyah, "Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas."

[22] Shirley Taylor and Peter A. Todd, "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models," *Information Systems Research* 6, no. 2 (1995): 144–76, https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144.

[23] Gefen, Karahanna, and Straub, "Trust and TAM in Online Shopping."

[24] Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989): 319–40, https://doi.org/10.2307/249008.

Pengetahuan investasi syariah adalah pemahaman mengenai kegiatan investasi berprinsip syariah, mencakup manfaat dan keuntungan, risiko, serta prinsip yang harus dipenuhi.[25] Dalam TPB, pengetahuan membentuk keyakinan dan evaluasi terhadap perilaku: calon investor yang memahami produk lebih mampu menilai untung-rugi dan kesesuaian syariahnya, sedangkan minimnya pengetahuan mendorong keputusan spekulatif.[26] Karena bukti empiris tidak konsisten, hipotesis pertama dirumuskan "pengetahuan investasi syariah berpengaruh terhadap minat berinvestasi emas digital syariah".

Pada transaksi tanpa tatap muka, kepercayaan mengurangi ketidakpastian mengenai perilaku penyedia dan membentuk keyakinan bahwa penyedia kredibel dan aman,[27] suatu peran yang juga ditemukan pada layanan keuangan digital lain.[28] Karena itu kepercayaan diharapkan berpengaruh meningkatkan minat berinvestasi emas digital syariah. Sementara kemudahan menurunkan hambatan yang dirasakan untuk mulai menggunakan layanan sehingga berdekatan dengan persepsi kontrol perilaku dalam TPB, dan telah dikaji sebagai penentu minat emas digital[29] serta niat menggunakan pembayaran seluler.[30] Maka kemudahan diduga berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi emas digital syariah.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal, yaitu untuk menguji pengaruh pengetahuan investasi syariah (X_1), kepercayaan (X_2), dan kemudahan penggunaan (X_3) terhadap minat berinvestasi emas digital syariah (Y).[31] Penelitian dilakukan di Provinsi Kalimantan Timur. Populasinya adalah generasi milenial yang berdomisili di provinsi tersebut, yaitu

[25] R. Lisdayanti and L. Hakim, "Pengaruh Pengetahuan Investasi Syariah, Produk Investasi Syariah dan Modal Minimal Mahasiswa terhadap Minat Investasi Bank Syariah dengan Risiko Investasi sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Kota Surabaya," *Jurnal Masharif Al-Syariah* 6, no. 1 (2021): 13–28, https://doi.org/10.30651/jms.v6i1.5757.

[26] Afifah and Ardyansyah, "Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas."

[27] Gefen, Karahanna, and Straub, "Trust and TAM in Online Shopping."

[28] T. K. Pertiwi et al., "Exploring Platform Trust, Borrowing Intention, and Actual Use of PayLater Services in Indonesia and Malaysia," *Journal of Risk and Financial Management* 18, no. 5 (2025): 1–23, https://doi.org/10.3390/jrfm18050255.

[29] Ariyanti, Muyassarah, and Mardhiyaturrositaningsih, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Investasi Emas Digital."

[30] M. N. Huddin, M. R. Masitoh, and K. Ikhsan, "Kemudahan Penggunaan, Facilitating Condition, Keamanan Teknologi dan Compatibility terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Mobile di Indonesia," *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2021): 131–48, https://doi.org/10.33603/jibm.v5i2.5764.

[31] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2nd ed. (Bandung: Alfabeta, 2019).

penduduk yang lahir pada 1981–1996, berjumlah 1.063.029 jiwa pada tahun 2025.[32] Mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan karakteristik spesifik yang disyaratkan, sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan lima kriteria: (1) berdomisili di Kalimantan Timur; (2) lahir pada 1981–1996; (3) mengetahui atau pernah memperoleh informasi mengenai investasi emas digital syariah; (4) memiliki akses internet; dan (5) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Sebanyak 200 responden yang memenuhi kriteria dianalisis.

Mengingat karakteristik populasi yang sangat luas dan penggunaan pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM), penentuan ukuran sampel tidak didasarkan pada proporsi absolut terhadap populasi (seperti rumus presisi populasi deskriptif), melainkan berpedoman pada kompleksitas model dan daya statistik (*statistical power*). Berdasarkan aturan praktis sepuluh kali lipat (*10-times rule*) untuk 3 konstruk prediktor dengan total 15 indikator, serta analisis daya statistik (*power analysis*) Cohen (1988) yang menunjukkan bahwa ukuran sampel n = 200 memberikan *power* sebesar 0,998 untuk mendeteksi efek sedang (f^2= 0,15) pada taraf α= 0,05, jumlah 200 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* telah dinilai sangat memadai dan memenuhi syarat minimum pengujian model struktural.

Sebelum pengumpulan data utama dilakukan, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji coba melalui *pilot test* terhadap 30 responden. Uji coba ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas instrumen penelitian serta memastikan bahwa butir-butir pernyataan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian yang meliputi pengetahuan investasi syariah, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan minat berinvestasi emas digital syariah. Hasil uji coba digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap instrumen sebelum kuesioner digunakan dalam pengumpulan data utama. Setelah tahap uji coba instrumen, pengumpulan data utama dilakukan terhadap 200 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju),[33] melalui Google Form. Instrumen disusun dari definisi dan indikator pada Tabel 1 dan terdiri atas 20 butir pernyataan, yaitu lima butir untuk X1, empat butir untuk X2, lima butir untuk X3, dan enam butir untuk Y. Definisi operasional dan indikator variabel disajikan pada Tabel 1.

[32] Badan Pusat Statistik, "Jumlah Penduduk Menurut Provinsi, Generasi, dan Jenis Kelamin, 2025."

[33] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Tabel 1.
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Butir
Pengetahuan Investasi Syariah (X_1)	Pemahaman mengenai kegiatan investasi berdasarkan prinsip syariah, mencakup manfaat dan keuntungan, risiko, serta prinsip yang harus dipenuhi	Pengetahuan instrumen investasi syariah; pengetahuan return; pengetahuan risiko investasi	5
Kepercayaan (X_2)	Keyakinan seseorang terhadap karakteristik pihak lain, dalam hal ini platform emas digital syariah	Kepercayaan terhadap kredibilitas dan kepatuhan syariah platform; keamanan platform; kepatuhan terhadap regulasi	4
Kemudahan Penggunaan (X_3)	Persepsi mengenai sejauh mana sistem dapat digunakan dengan mudah dan tanpa usaha yang besar	Mudah dipelajari; mudah mendapatkan sistem melakukan yang diinginkan; jelas dan mudah dipahami; fleksibel; mudah digunakan secara keseluruhan	5
Minat Berinvestasi Emas Digital Syariah (Y)	Keinginan individu untuk menempatkan dana pada instrumen emas digital syariah demi memperoleh return di masa depan	Minat eksploratif; transaksional; referensial; preferensial	6

Sumber: diolah dari Lisdayanti dan Hakim (2021), Rahayu dan Purbandari (2020), Davis (1989), dan Ferdinand (2014).[34]

Data dianalisis dengan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 3, dengan skema pembobotan jalur (*path weighting*), maksimum 300 iterasi, dan kriteria berhenti 10^{-7}.[35] Analisis dilakukan dalam dua tahap. Pertama, model pengukuran (*outer model*) dievaluasi melalui *outer loading* (> 0,70) untuk validitas konvergen, *Average Variance Extracted* (AVE > 0,50), *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* (> 0,70) untuk reliabilitas, serta kriteria Fornell–Larcker, *cross loading*, dan *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT < 0,90) untuk validitas diskriminan.[36] Kolinearitas diperiksa

[34] Lisdayanti and Hakim, "Pengaruh Pengetahuan Investasi Syariah."; Rahayu and Purbandari, "Pengaruh Persepsi Kepercayaan."; Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use."; Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, 5th ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014).
[35] Hair et al., "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM."; Imam Ghozali and Hengky Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*, 2nd ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015).
[36] Claes Fornell and David F. Larcker, "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research* 18, no. 1 (1981): 39–50, https://doi.org/10.2307/3151312.; Jörg Henseler, Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt, "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling," *Journal of the Academy of Marketing Science* 43, no. 1 (2015): 115–35, https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8.

dengan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua, model struktural (*inner model*) dievaluasi melalui koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2) dengan ambang 0,02, 0,15, dan 0,35.[37] Pengujian hipotesis menggunakan *bootstrapping* dengan 5.000 resampel pada taraf signifikansi 5% (hipotesis diterima apabila t-statistik > 1,96 dan p-value < 0,05).

Hasil dan Pembahasan

Responden penelitian ini berjumlah 200 orang milenial yang berdomisili di Kalimantan Timur. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2.
Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	81	40,5
	Perempuan	119	59,5
Usia	29–34 tahun	88	44,0
	35–39 tahun	51	25,5
	40–45 tahun	61	30,5
Domisili	Kalimantan Timur (Samarinda, Balikpapan, Bontang, Kutai Kartanegara, Kutai Timur, Kutai Barat, Paser, Penajam Paser Utara, Berau, Mahakam Ulu)	200	100,0
Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga	39	19,5
	Pegawai Swasta	39	19,5
	Wiraswasta/Pengusaha	22	11,0
Karakteristik	**Kategori**	**Frekuensi**	**Persentase (%)**
	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	21	10,5
	Pegawai BUMN/BUMD	21	10,5
	Tidak/belum bekerja	19	9,5
	Profesional	12	6,0
	Lainnya	27	13,5
Pendapatan per bulan	< Rp 2.000.000	50	25,0
	Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	53	26,5
	Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000	41	20,5
	Rp 8.000.000 – Rp 9.000.000	25	12,5
	> Rp 10.000.000	31	15,5

Sumber: data primer diolah (2026).

Seluruh 20 butir instrumen penelitian memiliki *outer loading* di atas batas 0,70, sehingga validitas konvergen terpenuhi tanpa perlu mengeliminasi butir . Nilai VIF butir berkisar 1,435–2,017, jauh di bawah batas 3, yang menunjukkan tidak ada masalah kolinearitas pada tingkat indikator. Nilai *Cronbach's alpha*, *rho_A*,

[37] Jacob Cohen, *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*, 2nd ed. (Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988).

dan *composite reliability* seluruhnya berkisar di atas 0,70, sehingga konstruk reliabel. Dan nilai AVE melampaui batas 0,50.

Validitas diskriminan terpenuhi menurut ketiga kriteria. Pertama, akar AVE setiap konstruk (0,774–0,788) lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain; korelasi tertinggi hanya 0,573 (X_2 dengan Y). Kedua, setiap butir memiliki *cross loading* tertinggi pada konstruknya sendiri. Ketiga, nilai HTMT tertinggi sebesar 0,692, di bawah batas 0,90. Korelasi antarprediktor sangat rendah (0,023–0,091), dan VIF inner model berada pada 1,002–1,009.

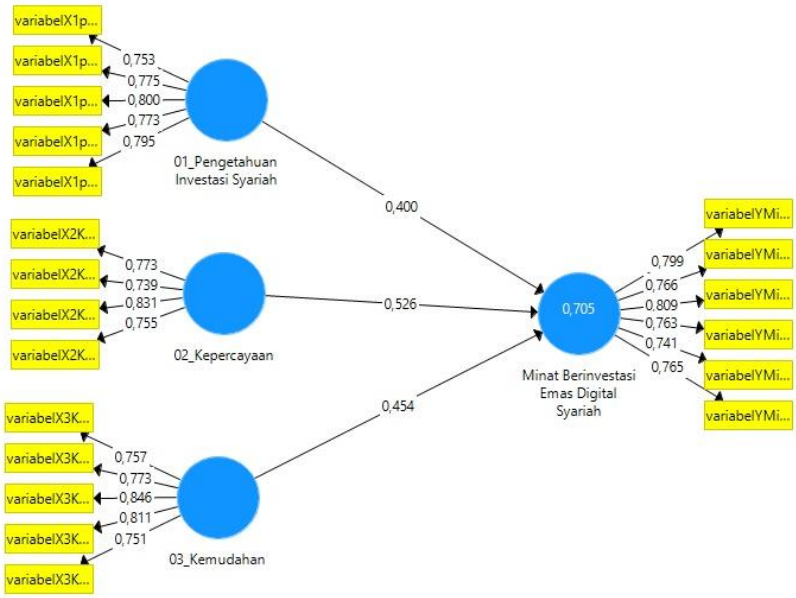
Evaluasi model struktural menghasilkan R^2 sebesar 0,705 (R^2 disesuaikan 0,701). Artinya, pengetahuan investasi syariah, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan bersama-sama menjelaskan 70,5% variasi minat berinvestasi emas digital syariah, tergolong moderat mendekati kuat, dan 29,5% sisanya tidak dijelaskan model.

Tabel 3.
Hasil Pengujian Hipotesis

Hip.	Jalur	β	SE	t	p	f^2	Keputusan
H_1	$X_1 \rightarrow Y$	0,400	0,044	9,019	< 0,001	0,538	Diterima
H_2	$X_2 \rightarrow Y$	0,526	0,041	12,808	< 0,001	0,932	Diterima
H_3	$X_3 \rightarrow Y$	0,454	0,039	11,503	< 0,001	0,699	Diterima

Keterangan: SE diperoleh dari 5.000 resampel *bootstrap*; p-value. Sumber: data primer diolah (2026).

Ukuran efek (f^2) ketiga prediktor tergolong besar (> 0,35): kepercayaan 0,932, kemudahan penggunaan 0,699, dan pengetahuan 0,538. Nilai f^2 Kepercayaan (0,932) diverifikasi dengan menghitung ulang R^2 tanpa prediktor tersebut: R^2 turun dari 0,705 menjadi 0,431. Nilai yang tinggi ini sejalan dengan korelasi antarprediktor yang sangat rendah dan VIF mendekati 1, sehingga tidak ada indikasi multikolinearitas. Hasil *bootstrapping* menunjukkan bahwa seluruh koefisien jalur bernilai positif dengan t-statistik jauh di atas 1,96 dan p-value < 0,001. Dengan demikian, H_1, H_2, dan H_3 diterima.



Gambar 1.
Model Struktural dan Hasil Estimasi Jalur

Pembahasan

Pengetahuan investasi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ($\beta = 0{,}400$; $p < 0{,}001$), sejalan dengan Sari dan Azzafira pada emas di Pegadaian Syariah[38] dan dengan studi yang menempatkan pengetahuan sebagai faktor relevan bagi minat berinvestasi emas digital.[39] Dalam kerangka TPB, pemahaman produk membentuk keyakinan tentang kelayakan dan keterkendalian perilaku investasi. Investor yang memahami bahwa keuntungan tidak tetap dan risiko sejalan dengan imbal hasil lebih siap mempertimbangkan investasi. Di antara ketiga variabel, pengetahuan memiliki pengaruh terkecil, sehingga memahami produk perlu tetapi tidak cukup untuk menjelaskan minat.

Hasil ini berbeda dari Setiawan dan Mukhlis serta Afifah dan Ardyansyah yang tidak menemukan pengaruh signifikan.[40] Salah satu dugaan adalah perbedaan produk: emas digital syariah menuntut pemahaman tentang kepemilikan emas, akad, dan penguasaan yang sah secara syariah,[41] sehingga

[38]Sari dan Azzafira, "Analisis Pengaruh Pendapatan dan Pengetahuan."
[39]F. Fathihani, F. A. K. Wijayanti, dan A. R. Ramadhan, "Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Emas Digital," *Journal of Fundamental Management (JFM)* 3, no. 2 (2023): 180, https://doi.org/10.22441/jfm.v3i2.20723.
[40]Setiawan dan Mukhlis, "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Persepsi Risiko Investasi."; Afifah dan Ardyansyah, "Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas."
[41]Salam dan Baidhowi, "Revisiting Digital Gold Ownership."; Sasmira, "Digital Gold dan Kepatuhan Syariah."

pengetahuan lebih berfungsi sebagai prasyarat dibandingkan pada pasar modal atau pembiayaan cicil emas. Dugaan ini belum teruji karena penelitian ini tidak membandingkan antarproduk, dan perbedaan hasil juga dapat bersumber dari perbedaan sampel dan instrumen.

Kepercayaan memiliki koefisien jalur terbesar ($\beta = 0{,}526$), konsisten dengan temuan pada aplikasi emas digital,[42] pasar modal syariah,[43] dan niat investasi emas digital syariah pada Muslim Gen Y dan Gen Z,[44] serta dengan kajian yang mengaitkan kepercayaan dan aspek keamanan dengan minat pada emas digital.[45] Penjelasannya terletak pada sifat transaksi. Emas digital dibeli tanpa tatap muka dan emasnya tidak dipegang langsung, sehingga investor bergantung pada penyedia layanan untuk penyimpanan dan pencatatan kepemilikan. Pengetahuan tentang produk tidak menghilangkan ketidakpastian tentang perilaku penyedia; di sinilah kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme pengaman ketika investor menyerahkan penyimpanan serta pencatatan kepemilikan kepada penyedia layanan. Ketika keamanan, legalitas, dan kredibilitas platform dipertanyakan, risiko yang dirasakan meningkat dan minat menurun.[46]

Pola serupa ditemukan pada belanja daring, ketika kepercayaan pada penjual sama pentingnya dengan faktor penerimaan teknologi,[47] dan platform trust ditekankan pada layanan keuangan digital di Indonesia.[48] Bagi investor Muslim, kepercayaan memuat lapisan tambahan berupa keyakinan bahwa platform sungguh menjalankan prinsip syariah. Muatan tertinggi pada konstruk ini adalah perlindungan data pribadi (X2.3; 0,831), disusul kepatuhan syariah (X2.1; 0,773), sedangkan butir transparansi informasi memiliki rata-rata terendah (2,91). Meski

[42]Cahyani, Lakoni, dan Wediyanto, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Kepercayaan."; E. K. Cahyaning, "Understanding Investment Intention in Digital Gold Investment Applications: A Prospect Theory Perspective," *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management* 4, no. 2 (2026): 99–114, https://doi.org/10.63901/ijebam.v4i2.179.

[43]Pratama dan Yuliafitri, "Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepercayaan pada Platform Investasi Online."

[44]A. A. Luthfi et al., "Drivers of Gen Y and Gen Z's Intention to Invest in Sharia-Compliant Digital Gold in Indonesia," *Journal of Islamic Marketing* (2026): 1–29, https://doi.org/10.1108/jima-05-2025-0278.

[45]N. S. Rahmadhani, Muyassarah, dan H. Yuningrum, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Investasi Emas Digital Syariah LKS," *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2026): 260–82; N. I. Ripada, "Analisis Keamanan dan Risiko Investasi Emas Digital terhadap Minat Investasi: Studi pada Pegadaian Digital Service," *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2020): 101–7.

[46]Pertiwi et al., "Exploring Platform Trust, Borrowing Intention, and Actual Use of PayLater Services."

[47]Gefen, Karahanna, dan Straub, "Trust and TAM in Online Shopping."

[48]Pertiwi et al., "Exploring Platform Trust, Borrowing Intention, and Actual Use of PayLater Services."

selisihnya kecil, pola tersebut menunjukkan bahwa keamanan data dan transparansi merupakan area yang patut menjadi prioritas penyedia layanan.

Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan (β = 0,454), mendukung temuan di Semarang[49] dan pada aplikasi BRImo di Bengkulu.[50] Platform yang dipersepsikan mudah dipelajari dan dioperasikan menurunkan usaha yang dirasakan,[51] yang dalam TPB sejalan dengan persepsi kontrol perilaku.[52] Muatan tertinggi terletak pada kemudahan membeli/*top up* dan menjual kembali (X3.3; 0,846), yaitu transaksi inti yang menentukan pengalaman investor. Hasil ini berbeda dengan Luthfi dan Hati yang menemukan bahwa kemudahan hanya berpengaruh terhadap persepsi manfaat dan tidak langsung terhadap sikap.[53] Perbedaan itu dapat berasal dari model, studi tersebut menempatkan sikap sebagai mediator dan menyasar Gen Y serta Gen Z di Jabodetabek, sedangkan penelitian ini menguji pengaruh langsung terhadap minat pada milenial di Kalimantan Timur. Dengan kata lain, pada model ini kemudahan tampak memengaruhi minat secara langsung. Apakah pengaruh itu juga bekerja melalui sikap atau persepsi manfaat tidak dapat dijawab oleh desain penelitian ini.

Implikasi Teoretis, Praktis, dan Keterbatasan

Secara teoretis, hasil ini menunjukkan bahwa model TPB yang diperluas dengan faktor kognitif, kepercayaan, dan teknologi menjelaskan sebagian besar variasi minat, tetapi hasil tersebut tidak dapat disimpulkan sebagai dukungan empiris atas TPB dan TAM secara utuh, karena sikap, norma subjektif, dan *perceived usefulness* tidak diuji. Secara praktis, penyedia platform perlu memprioritaskan kepercayaan dengan menampilkan legalitas dan pengawasan OJK serta DSN-MUI, menjelaskan mekanisme kepemilikan dan penyimpanan emas secara transparan, dan memperkuat perlindungan data; kemudian merampingkan alur pendaftaran, pembelian, dan penjualan kembali. Lembaga dan pemangku kebijakan dapat mengembangkan edukasi yang menjelaskan akad, kepemilikan, dan risiko emas digital syariah, selaras dengan penguatan ekosistem bulion oleh OJK.[54]

[49]Ariyanti, Muyassarah, dan Mardhiyaturrositaningsih, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Investasi Emas Digital."
[50]Cahyani, Lakoni, dan Wediyanto, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Kepercayaan."
[51]Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use."
[52]Ajzen, "The Theory of Planned Behavior."
[53]Luthfi dan Hati, "Determinants of Sharia Digital Gold Investment Intention."
[54]Otoritas Jasa Keuangan, "OJK Luncurkan Roadmap Ekosistem Bulion 2026–2031."

Keterbatasan penelitian: sampel nonprobabilitas dan data *cross-sectional* berbasis persepsi sehingga hasil tidak dapat digeneralisasi secara statistik dan tidak membuktikan sebab-akibat; minat diukur sebagai niat, bukan perilaku aktual; model tidak memuat sikap, norma subjektif, dan *perceived usefulness*, sehingga 29,5% varians belum terjelaskan; dan korelasi antarprediktor yang sangat rendah (0,023–0,091) lebih rendah daripada yang lazim pada konstruk yang berkaitan secara teoretis, sehingga perlu dikonfirmasi pada sampel lain.

Kesimpulan

Pengetahuan investasi syariah, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan berasosiasi positif dan signifikan dengan minat milenial Kalimantan Timur berinvestasi emas digital syariah, dengan $R^2 = 0{,}705$. Temuan utamanya adalah bahwa kepercayaan memiliki koefisien terbesar ($\beta = 0{,}526$), dan bahwa pemahaman produk serta kemudahan teknologi saja belum cukup: kepercayaan terhadap ekosistem penyedia layanan menjadi mekanisme penting dalam mengubah pengetahuan dan akses teknologi menjadi minat berinvestasi. Mengingat desain *cross-sectional* dan sampel *purposive*, temuan ini bukan bukti hubungan kausal yang mutlak. Penyedia layanan perlu menempatkan pembangunan kepercayaan sebagai prioritas di samping edukasi syariah dan desain layanan yang sederhana.

Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan sikap, norma subjektif, dan *perceived usefulness*, menguji mediasi kepercayaan dengan sampel probabilitas, serta mengukur perilaku investasi aktual. Ucapan terima kasih disampaikan kepada para responden. Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh responden generasi milenial di Kalimantan Timur yang telah berpartisipasi dan memberikan informasi dalam pengisian kuesioner, serta kepada jajaran dosen Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Mulawarman yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan dukungan selama proses penyusunan penelitian ini.

****

Bibliography

Afifah, and F. Ardyansyah. "Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 2879–900. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709.

Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.

Ariyanti, R. D. A., Muyassarah, and Mardhiyaturrositaningsih. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Investasi Emas Digital dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi pada Perbankan Syariah di Kota Semarang." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)* 6, no. 1 (2026): 200–211. https://doi.org/10.47709/jebma.v6i1.8108.

Asikin, M. Z. "Peran Emas sebagai Lindung Nilai terhadap Ketidakpastian Pasar Keuangan Global." *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah* 3, no. 3 (2024): 123–33. https://doi.org/10.57096/hawalah.v3i3.54.

A'yun, I. "Investasi Emas Digital di Indonesia; Tinjauan Sistemik Maqashid Syariah." *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics* 4, no. 2 (2025): 203–20. https://doi.org/10.35878/jiose.v4i2.1828.

Badan Pusat Statistik. "Jumlah Penduduk Menurut Provinsi, Generasi, dan Jenis Kelamin, 2025." 2026. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjI5OSMx/jumlah-penduduk-menurut-provinsi-generasi-dan-jenis-kelamin-2025.html.

Cahyani, N. A., I. Lakoni, and E. Wediyanto. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Investasi Emas Masyarakat melalui Aplikasi BRImo di Kota Bengkulu." *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology* 4, no. 2 (2026): 640–46. https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9113.

Cohen, Jacob. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd ed. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.

Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989): 319–40. https://doi.org/10.2307/249008.

Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia. *Fatwa Nomor 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang Jual-Beli Emas secara Tidak Tunai*. Jakarta: DSN-MUI, 2010.

Dimock, Michael. "Where Millennials End and Generation Z Begins." Pew Research Center, January 17, 2019. https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/.

Ersyafdi, I. R. "Dampak COVID-19 terhadap Tabungan dan Investasi." *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 14, no. 2 (2021): 191–200.

Fathihani, F., F. A. K. Wijayanti, and A. R. Ramadhan. "Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Emas Digital." *Journal of Fundamental*

Management (JFM) 3, no. 2 (2023): 180. https://doi.org/10.22441/jfm.v3i2.20723.

Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. 5th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.

Fornell, Claes, and David F. Larcker. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." *Journal of Marketing Research* 18, no. 1 (1981): 39–50. https://doi.org/10.2307/3151312.

Gefen, David, Elena Karahanna, and Detmar W. Straub. "Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model." *MIS Quarterly* 27, no. 1 (2003): 51–90. https://doi.org/10.2307/30036519.

Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. 2nd ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.

GoodStats. "Bukan Gen Z, Tingkat Penetrasi Internet Milenial Tertinggi di Indonesia 2026." 2026. https://data.goodstats.id/statistic/bukan-gen-z-tingkat-penetrasi-internet-milenial-tertinggi-di-indonesia-2026-waKAy.

GoodStats. "Emas Jadi Aset Paling Terpercaya di Indonesia 2026." 2026. https://data.goodstats.id/statistic/emas-jadi-aset-paling-terpercaya-di-indonesia-2026-ruEKX.

Hair, Joseph F., Jeannette J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM." *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203.

Henseler, Jörg, Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling." *Journal of the Academy of Marketing Science* 43, no. 1 (2015): 115–35. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8.

Huddin, M. N., M. R. Masitoh, and K. Ikhsan. "Kemudahan Penggunaan, Facilitating Condition, Keamanan Teknologi dan Compatibility terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Mobile di Indonesia." *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2021): 131–48. https://doi.org/10.33603/jibm.v5i2.5764.

Kurniawan, T. A., D. P. Milanda, and A. Primastiwi. "Norma Subyektif dalam Penerimaan Aplikasi Emas Digital dengan Menggunakan Model TAM." *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 15, no. 2 (2022): 637–46. https://doi.org/10.35143/jakb.v15i2.5771.

Lisdayanti, R., and L. Hakim. "Pengaruh Pengetahuan Investasi Syariah, Produk Investasi Syariah dan Modal Minimal Mahasiswa terhadap Minat Investasi Bank Syariah dengan Risiko Investasi sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Kota Surabaya." *Jurnal Masharif Al-Syariah* 6, no. 1 (2021): 13–28. https://doi.org/10.30651/jms.v6i1.5757.

Luthfi, A. A., and S. R. H. Hati. "Determinants of Sharia Digital Gold Investment Intention among Jabodetabek Muslim Youth." *Asian Journal of*

Islamic Management (AJIM) 7, no. 1 (2025): 41–57. https://doi.org/10.20885/ajim.vol7.iss1.art3.

Luthfi, A. A., S. R. H. Hati, N. A. Windasari, and H. I. Che Haron@Shafiee. "Drivers of Gen Y and Gen Z's Intention to Invest in Sharia-Compliant Digital Gold in Indonesia." *Journal of Islamic Marketing* (2026): 1–29. https://doi.org/10.1108/jima-05-2025-0278.

Otoritas Jasa Keuangan. "OJK Luncurkan Roadmap Pengembangan dan Penguatan Kegiatan Usaha dan Ekosistem Bulion 2026–2031." 2026. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-Luncurkan-Roadmap-Bulion-2026-2031.aspx.

Pertiwi, T. K., C. Joseph, G. O. Warmana, F. Khoirotunnisa, and N. Hariyana. "Exploring Platform Trust, Borrowing Intention, and Actual Use of PayLater Services in Indonesia and Malaysia." *Journal of Risk and Financial Management* 18, no. 5 (2025): 1–23. https://doi.org/10.3390/jrfm18050255.

Pratama, N. D., and I. Yuliafitri. "Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepercayaan pada Platform Investasi Online serta Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah." *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora* 10, no. 1 (2024): 18–28. https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2127.

Rahayu, S., and T. Purbandari. "Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Investasi pada Investor yang Terdaftar di PT Indopremier Cabang Solo." *JRMA (Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi)* 8, no. 1 (2020): 83–96.

Rahmadhani, N. S., Muyassarah, and H. Yuningrum. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Investasi Emas Digital Syariah LKS." *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2026): 260–82.

Salam, D. M., and Baidhowi. "Revisiting Digital Gold Ownership from an Islamic Economics Perspective under Fatwa No. 166/DSN-MUI/II/2026." *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah* 9, no. 2 (2026): 324–39. https://doi.org/10.52166/adilla.v9i2.13061.

Salisa, R. N. "Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB)." *Jurnal Akuntansi Indonesia* 9, no. 2 (2020): 182–94.

Sari, and S. A. Azzafira. "Analisis Pengaruh Pendapatan dan Pengetahuan terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas di Pegadaian Syariah." *Jurnal Investasi Islam* 6, no. 2 (2021): 95–117. https://doi.org/10.32505/jii.v6i2.3552.

Sasmira, M. "Digital Gold dan Kepatuhan Syariah: Telaah Fatwa DSN-MUI, Regulasi, dan Praktik di Indonesia." *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2026): 203–14.

Setiawan, D., and I. Mukhlis. "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Persepsi Risiko Investasi terhadap Minat Generasi Millenial dalam Berinvestasi di

Pasar Modal." *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan* 3, no. 12 (2023). https://doi.org/10.17977/um066.v3.i12.2023.3.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2019.

Syaripudin, E. I., and A. H. Mawarni. "Mekanisme Jual Beli Emas Online Melalui Aplikasi (Pluang) Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)* 2, no. 1 (2023): 71–83. https://doi.org/10.37968/jhesy.v2i1.429.

Taylor, Shirley, and Peter A. Todd. "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models." *Information Systems Research* 6, no. 2 (1995): 144–76. https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144.